

## 林之达：《传播心理学新探》第七章（一）

作者：林之达

## 第七章 心理系统对人际传播的信息的选择（一）

人与人之间的精神交往主要靠人际传播。甚至大众传播在某个历史阶段、某个时候、某些情况下还得借助人际传播才可能最终对受众起作用，保罗·拉扎斯菲尔的“两级传播论”就是大众传播通过“意见领袖”为中介而借助人际传播现象的理论概括。所以，心理系统对人际传播的信息的选择是它对所有传播信息的选择中最基本、最大量、最复杂、最重要的选择。

然而人际传播的信息的海洋之大是图书信息不可比的，更是新闻信息、广告信息等其它任何信息无可比的。因为，人际传播可以说就是人类生活本身，就是人类生存和发展本身。人际传播信息的丰富性就是人类生活的丰富性。那么，我们如何来考察心理系统对大海般的人际传播信息的选择呢？

策略就是不从人际传播的信息入手而是从心理系统选择信息的标准着眼。心理系统选择信息的一个把关标准，可以把无穷多的人际传播的信息挡在心灵的大门之外，只允许极少数人际传播的信息通过。下面我们来考察一下，心理系统使用了哪些把关标准把哪些信息挡在心灵的大门之外？哪些信息因符合了心理系统的把关标准而被迎进了心灵的贵宾室里？

第一个把关标准——自尊心。对人讲话，对方听不听您的话，首先取决于您的话是损伤还是维护了他的自尊心，或取决于您是否尊重他。自尊的需要俗称爱面子。现在有种流行的说法，说中国人爱面子，这是一种偏见。下面我们就来看看外国人是不是就不要面子，是不是就不需要受到别人的尊重。

据载，美国有个大林场主凯·罗拔，先后连续派了7个推销员到宾夕伐尼亚木材巨商享·理查那里推销木材。结果，一个接一个都空手而归，一份订单都没有拿到。凯·罗拔只好亲自出马。他到了理查所在之地，先不找理查，而是在宾馆住下来，从很多熟悉他的人那里仔细了解、分析理查的家庭和理查本人的个性心理特点。原来，理查夫人精明能干，逞强而泼辣，理查木材公司的兴旺、发达主要靠他夫人的谋划与经营。所以，理查内懼，对夫人的话总是言听计从。四川人把内懼者戏称为“耙耳朵”，最怕老婆的被戏称为“耙耳朵协会主席”。理查这个“耙耳朵协会主席”远近闻名，因此，人们与他谈话，轻一句重一句，全没尊重他的味。他对人们不把他放在眼里非常敏感而又很恼火。前面7个推销员就是因为与他恰谈时有意无意伤了他的自尊心而告吹。凯·罗拔正与咖啡馆的人们议论理查时，突然有人指着外面街上一个人说：“看，那就是理查！”凯·罗拔立即迎了上去：

“您好，理查先生！我们刚才还在议论您呢。”

“议论我什么？”理查皱着眉，圆瞪着眼盯着凯·罗拔。

“大家都说贵公司的事要您夫人才作得了主。我不同意他们的这种偏见。我认为，您作为公司总裁，公司大的决策还是由您作主，只是一些碎屑小事让您夫人去办罢了。由此显示，您与那些大事小事一把抓的小气的没有出息的经理不同，是一个抓大放小，有气魄、有作为的一个民主型的企业家，这种干大事成大事的男子汉大丈夫的风度，一般人是不容易理解的，所以才产生了对您的偏见。”

这一席话一下子把理查繃紧的脸松弛下来：“先生，尊姓大名？”

“我叫凯·罗拔，是郁山林场场主，这次远道慕名而来正是想与先生恰谈向贵公司销售木材之事。”

“欢迎，欢迎！请到我办公室边喝咖啡边谈。”结果，凯·罗拔不仅拿到年销售1万2千立方米木材的订单，而且每立方米的价格比市场平均价多1·5美元。（1）

可见，外国人也需要受人尊重，也爱面子，在选择信息时也有一个标准，那就是，信息传播者及其所传播的信息是否伤害了他的自尊心。这不仅在现实生活中普遍存在，可以举大量实例来证

明，而且，在理论上也有不少学者在探讨人的面子问题，认为要创造理想的人格，就需要维护面子。社会学家埃尔温·戈夫曼说：“一个人的面子凝聚、体现了自己的社会价值”，因而，“丧失面子就是丧失了自己的社会价值”，“避免窘迫的努力就是拯救面子。”他甚至把某些大学生为给别人留下好印象而花费的时间称为“面子时间。”（2）

外国人也爱面子，古时候的人是不是这样呢？也是这样。

唐太宗李世民是以善于纳谏著称的明君，但也曾因魏征当面指责他而感到生气。一次，他在宴会群臣后，酒后吐真言，对长孙无忌说：“魏征以前在李建成手下共事，尽心尽力，当时确实可恶。我不计前嫌提拔重用他直到今日，可以说无愧于后人。可是，他常常当着众臣的面说我这个意见不对，那个举措要不得。有时，当他不赞同我的意见时，我说话他却默然不应。他这样做，未免太不礼貌了吧？”长孙无忌劝道：“臣子以为事不可行才进行劝谏；如果不赞成而附和，恐怕给陛下造成其事可行的印象。”太宗不以为然地说：“他可以当时随声附和一下，然后再找机会陈说劝谏嘛！这样做，君臣双方不就都有了面子了吗？”从唐太宗酒后吐出的这些真言可以看出：第一，不仅外国人，就是古代人也和我们今天中国人一样都有自尊的需要，爱面子不是中国人的专利，自尊是人类的基本需要之一，因而也是心理学家马斯洛的需要层次论中的一大需要；第二，即使能纳谏也就是能听进不同意见的胸怀开阔的人，在内心深处也是希望在接受不同意见时不要伤着他的自尊心，更何况还有大量听不得不同意见的人就更容不得别人伤他的自尊心呢？

照理，既然人人都有自尊的需要，既然受传者的自尊需要又是他取舍信息的把关标准，我们在人际传播中就应该适应、满足这种需要。但是，在几千年以传者为本位的传播环境里，形成了只有受传者将就传播者绝没有传者迁就受传者的道理，那就是“良药苦口，忠言逆耳。”我的忠言逆耳难听吗？您忍着点，我给您说的是忠言，是为您好的良言，忠言、良言就是逆耳难听。传播者从来也不反省一下，是不是凡忠言、良言就一定逆耳难听？能不能做到既是忠言、良言又不难听甚至动听，就像糖衣黄连素片就做到了既是治病良药又不苦口一样？在这个问题上，自古就有传播者在探索既是忠言又不逆耳的一些人际传播的方式方法。现略举几种：

**归谬法** 当劝说受传者改正自己错误的观点或改变自己的不当行为或改变自己错误的举措而受传者不听劝时，不去正面劝说、批驳，而是顺着受传者的思路，把受传者的观点或行为或举措推论到一个荒谬的结果，让受传者看到自己观点或举措的严重后果，他就会改变自己的主意了。例如：

优孟，故楚之乐人也。长八尺，多辩，常以谈笑讽谏。楚庄之王时，有所爱马，衣以文绣，置之华屋之下，席以露床，饔以枣脯。马病肥死，使群臣丧之，欲以棺槨大夫礼葬之。左右争之，以为不可。王下令曰：“有敢以马谏者，罪至死。”优孟闻之，入殿门，仰天大哭。王惊而问其故。优孟曰：“马者王之所爱也，以楚国堂堂之大，何求不得，而以大夫礼葬之，薄，请以人君礼葬之。”王曰：“何如？”对曰：“臣请以雕玉为棺，文梓为槨，楸枫豫章为题漆，发甲卒为穿圹，老弱负土，齐、赵陪位于前，韩魏翼卫其后，庙食太牢，奉以万户之邑。诸侯闻之，皆知大王贱人而贵马也。”王曰：“寡人之过一至此乎！为之奈何？”优孟曰：“请为大王六畜葬之。以垆灶为槨，铜历为棺，斋以姜枣，荐以木兰，祭以粮稻，衣以火光，葬之于人腹肠。”于是王乃使以马属太官，无令天下久闻也。（《史记·滑稽列传》）

请看，这个优孟就不再正面去劝阻楚王，而是顺着楚王的厚葬其爱马的思路，请求把葬马的规格，从葬大夫的级别提高到葬国君的最高级别上。这样，各国诸侯听说大王如此高规格地厚葬您的爱马，就知道大王把马看得多么贵重而把人看得多么下贱啊！按大王的思路得出极为荒谬的后果，这个严重后果是一碗清醒剂，大王喝了下去才醒悟过来：“我的过错竟如此严重！”并且还十分着急：“怎么办啦？”最后还是照优孟的建议，把死肥马打整干净，加些姜枣之类的佐料，用铜锅猛火煮好后“葬”在人们的肚子里。比起“左右争之，以为不可”，遭致“有敢以马谏者，罪至死”来，这办法多好，多有效。所以，有人特别把这种方法概括为：“反而难之，使自求之，则契理之应，怡然自出。”（《鬼谷子·反应》，陶宏景注）。在诸如《战国策》、《吕氏春秋》、《韩非子》、《晏子》、《史记》等先秦典籍中记载了大量这类史实。有的还很典型，例如《晏子·外篇第七》就记载，烛邹是齐景公的养鸟工，有一次不慎丢失了鸟，景公要杀他。有不少人去劝阻都没有奏效，晏子没有正面去劝阻，而是顺着景公的意思说，烛邹罪有应得，该杀。请大王让我数完他的罪状后再杀。景公正感到杀烛邹不服众，如果烛邹罪有应得，那就杀得理直气壮而服众了，因此欣然应允晏子历数其罪状：为吾君主鸟而亡之，是罪一也；使吾君以鸟之故杀人，是罪二也；使诸侯闻之，以吾君重鸟以轻士，是罪三也。“数烛邹罪已毕，请杀之。”景公听了，反而说：“不要杀了。”这类归谬法在人际传播中是值得借鉴的。受传者不听劝，这是因为听劝就是改变自己的观点或改变自己的行为或改变自己的举措，改变自己的观点、行为或举措，就是失面子。失面子，自尊的心理需要就会使人下意识地保面子，有的人还会有意地保面子，人一旦沉浸在保面子的意识中



没有跳出来，他就看不到自己观点、行为、举措的严重后果。归谬法就是一种既避免了刺激受传者保面子的潜意识，又能使受传者看到自己的观点、行为、举措的严重后果而恢复理智的好方法。

隐语法 刘勰在《文心雕龙·谐隐》里说，隐语法的特点是“遁词以隐意，谲词以指事。”也就是不直说而是用寓言的形式表达传播者对受传者要说的旨意。例如：

淳于髡者，齐之赘婿也。长不满七尺，滑稽多辩，数使诸侯，未赏屈辱。齐威王之时喜隐，好为淫乐长夜之饮，沈湎不治，委政卿大夫。百官荒乱，诸侯并侵，国且危亡，在于旦暮，左右莫敢谏。淳于髡说之以隐曰：“国中有大鸟，止王之庭，三年不飞又不鸣，王知此鸟何也？”王曰：“此鸟不飞则已，一飞冲天；不鸣则已，一鸣惊人。”於是乃朝诸令长七十二人，赏一人，诛一人，奋兵而出。诸侯振惊，皆还齐侵地。威行三十六年。（《史记·滑稽列传》）

面对齐威王沉醉于淫乐，不理政事，致使朝政荒乱，诸侯并侵，国家危在旦夕，而群臣又不敢规劝的局面，滑稽多辩的淳于髡针对齐威王喜欢隐语的特点，用王庭上的“一只大鸟，三年不飞、不鸣”来隐指齐王不理政事无所作为。喜欢隐语的齐王不但领会其意，激起了自己沉睡已久的豪情，而且也用隐语回答，他要一飞冲天，一鸣惊人。他果真立即采取了行动：对内召见了72名地方官，赏1人，诛1人；对外调遣军队御敌，迫使入侵者归还了掠走的土地。像这类用隐语奏效的实例，在先秦其它典籍还有不少记载，如《战国策·齐策一》里就说，靖国君田婴准备在其封地里修筑城防工事。不少门客劝他不要这样做，说，您这样做会引起齐王的猜疑。田婴不听劝。有个齐国的人对他说：“靖郭君听说过海里的大鱼吗？鱼网钓钩对它无能为力。但是，一旦它得意忘形而离开了海水，那么，蝼蚁也能任意摆布它。齐国就是靖国君的大海之水，有了齐国大海的掩护，哪里还用得着在薛地修筑城防工事呢？如果失掉了齐国的庇护，即使您把薛地的城墙筑得跟天一样高，又有什么作用呢？”田婴听了说：“对。”于是停止了筑城之事。隐语的特点就是把忠言隐蔽在寓言故事里，使忠言的锋芒不再毕露，不再直刺受传者的错误而损伤其自尊心，而让忠言的代表寓言出面去劝说受传者。为什么让寓言出面去劝说受传者就更有效呢？庄子对此有一个精巧的喻释，他说：“亲父不为其子媒，亲父誉之，不若非其父者也。”（《庄子》的《寓言》篇）庄子在这里提出了一个提高传播效果的手法：托外人来表述自己的观点、主张就比自己宣传更容易使受传者接受，正像父亲称赞自己的儿子就不如别人称赞更容易使人接受一样。“亲父不为其子媒”，按照这一传播原则，庄子把他的世界观、人生观、历史观、政治观、道德观，加工成一系列寓言，或者让魏牟、盗跖等人，或者让大鹏、百足之类的动物，或者让海神、风神以至鬻髅来阐述、介绍、赞扬自己的观点和主张。例如，他要对那些妄自尊大的人宣传自己的这一观点：人应谦虚，任何时候都不要自满、自夸。但他不直接论述这一观点，而是把这一观点加工成一则寓言故事放在《秋水》篇里。读者面对的是一幅活生生的图景：秋天河水上涨，百川涌汇黄河，使河神得意洋洋起来，以为天下的盛美都集于他一身。可当东行到了北海，见那望不到边的茫茫大海，便很感慨地对北海神说，以前我总认为谁都不如自己，现在看到你的博大精深，才感到我见笑大方了。北海神答道，虽然天下的水没有比海更大，但我并不因此自满，因为在天地间，我只好像大山上的一块小石头、小树木，有什么值得自夸呢？任何狂妄自大的人读了这则寓言也会有所反省，因为，这则寓言避免了传播者当面说教损伤受传者的面子，从而避免了受传者的逆反心理，仅用事实（大河、大海）说话，客观、公正，具有说服力，让读者在“总以为谁都是不如自己”的这面“河神镜子”里照见了自已的形象，人格化了的河神的情感变化不能不牵动狂妄自大者的心灵。

这就是这则寓言的传播效力，这效力之大，以至这则寓言里使用过的“望洋兴叹”、“见笑大方”、“沧海一粟”等观念流传到今天。寓言大师在《庄子》一书里创作的200多则寓言里使用过并流传至今广为使用的成语不胜举，如“鹏程万里”、“越俎代庖”、“栩栩如生”、“游刃有余”、“螳臂挡车”、“相濡以沫”、“东施效颦”、“井蛙之见”等等。

正是由于寓言有既不损伤受传者自尊心又有传播的奇效，因此在我国一些重要书籍里，有不少从寓言中提炼出来的成语流传至今。如《孟子》中的“揠苗助长”（《公孙丑》上），《韩非子》中的“守株待兔”、“以子之矛，攻子之盾”（《五蠹》），《淮南子》中的“塞翁失马”、“削足适履”（《人间篇》），《列子》中的“愚公移山”（《汤问》），《战国策》里的“鹬蚌相争，渔人得利”、“狐假虎威”、“狡兔三窟”（魏策、赵策、齐策），汉代《易林》中的“蚍蜉撼树”（焦贛《易林》卷13），唐代柳宗元创作的“黔驴技穷”等等。

众多寓言成语流传下来并广为传播，证明使用寓言的隐语传播形式是受欢迎的。因为寓言不仅使传播内容形象具体，而且有生动活泼的故事情节给受传者提供审美情趣和美的享受。从接受美学看，这就使受传者由被动接受传播变为主动接受传播，不仅乐于接受传播而且乐于充当传播者向别人再传播这一内容。就像特苦的黄莲素裹上一层糖衣使良药不再苦口一样，传播内容一旦用寓言包

装，忠言不但不再逆耳难听而且变得悦耳动听了。这是中国传统文化的传播者在解决如何不损伤受传者自尊心使之乐于接受传播难题上的一大创造。

**譬喻法** 人的抽象思维是由具体思维发展而来的，当人遇到深奥的道理难于理解时，一借助相关的典型事例所引发的具体思维的启发，便一下子明白过来了。在人际传播中，有时传播者要劝说受传者改变他的观点或要他改变自己的行为或要他改变自己的举措，由于这种劝说在否定他的观点、行为或举措，有损其自尊心。有损自尊心他就会本能地产生保面子意识，而保面子的意识一旦产生，受传者就难于理解传播者劝说意见中的道理了。这时，如果用譬喻，就会改变受传者的角色、位置、关系：由一个被否定的当事者变成一个欣赏传播者所讲譬喻的旁观者。当事者迷，旁观者清，加上譬喻所引发的具体思维，使他一下子明白了传者劝说意见中的道理和意义，就会欣然采纳传者的意见。如：

庄辛谓楚襄王曰：“君王左州侯，右夏侯，辇从鄢陵君与寿陵君，专淫逸侈靡，不顾国政，郢都必危矣！”襄王曰：“先生老悖乎？将以为楚国祲祥乎？”

庄辛第一次碰了壁，第二次见楚王后就改直说之法为譬喻了：

王独不见夫蜻蛉乎？六足四翼，飞翔乎天地之间，俛啄蚊虻而食之，仰承甘露而饮之。自以为无患，与人无争也；不知夫五尺童子，方将调饴胶丝，加己乎四仞之上，而下为蝼蚁食也。

“夫蜻蛉其小者也，黄雀因是以。俯咽白粒，仰栖茂树，鼓翅奋翼，自以为无患，与人无争也；不知夫公子王孙，左挟弹，右摄丸，将加己乎十仞之上，以其颈为招，倏忽之间，坠于公子之手，昼游乎茂树，夕调乎酸咸。

“夫黄雀其小者也，黄鹄因是以。游于江海，淹乎大沼，俯嚼鳊鲤，仰啮菱衡，奋其六翻而凌清风，飘摇乎高翔，自以为无患，与人无争也；不知夫射者方修其碧卢，治其缙缴，将加己乎百仞之上，被监礮，引微缴，折清风而抃矣。故昼游乎江湖，夕调乎鼎鼐。

“夫黄鹄其小者也，蔡灵侯之事因是以。南游乎高陂，北陵乎巫山，饮茹溪之流，食湘波之鱼。左抱幼妾，右拥嬖女，与之驰骋乎高蔡之中，而不以国家为事，不知夫子发方受命乎宣王，系以朱丝而见之也。

“蔡灵侯之事其小者也，君王之事因是以。左州侯，右夏侯，辇从鄢陵君与寿陵君，饭封禄之粟，而戴方府之金，与之驰骋乎云梦之中，而不以天下国家为事，不知夫穰侯方受命乎秦王，填隄塞之内，而投己乎隄塞之外。”

襄王闻之，颜色变作，身体战慄。于是乃以执而授之为阳陵君，与淮北之地也。（《战国策·楚策四》）

请看，庄辛在劝说楚襄王不要沉于淫乐而不理朝政时，用譬喻与没用譬喻的后果就大不一样。起初，不用譬喻而直说：“大王如果老是与这4个人淫乐下去，楚国就危险了！”楚王不但不听反而嘲讽他：“你庄辛是不是老糊涂了？难道楚国真有什么不祥之兆吗？”第二次，他用一系列譬喻终于使楚王明白居安思危的道理，而且脸色大变，全身颤栗，不仅听进庄辛的话，而且还授予他执珪的爵位。

可见，譬喻在传播中是很凑效的，因此先秦许多策士在说服中常常运用譬喻。《说苑》中记载，有个惠施已到了离了譬喻就不能传播的地步。有一次梁王叫他讲话时不要用譬喻，惠施说：“今有人于此而不知弹者，曰：弹之状何若？应曰：弹之状如弹，则喻呼？”王曰：“未喻也”。于是更应曰：“弹之状如弓，而以竹为弦，则知乎？”王曰：“可知也。”惠施曰：“夫说者固以其所知，而使人知之；今王曰无譬，则不可矣。”王曰：“善。”惠施巧妙地用比喻说明了在传播自己思想时不能不用比喻的道理，同时还总结了一条提高传播效果的原理：传播者在传播一种受传者不知道并且难于理解的信息时，要用受传者已知道已明白的事物去帮助他理解，以提高传播效果。也就是墨子所说的：“譬也者，举他物而以明之者也。”（《墨子·小取》）为什么“举他物”就能使受传者“明”白传播者要讲的道理呢？因为所举的他物较简单、具体、清楚，而传播者要讲的道理常常比较复杂、抽象、模糊，因此例举在功能、关系上相似的他物，就使传播者要讲的道理一下子变得简单明了了。例如，要使受传者明白国家、权势、号令、刑罚的关系和作用，明白君王的贤德与管理能力在治国中的决定性作用是比较困难的，但韩非用比喻便把这个道理说得明明白白：“今以国为车，以势为马，以号令为辔，以刑罚为鞭策，使尧、舜御之则天下治；桀、纣御之则天下乱，则贤与不肖相去远矣。”（《韩非子·难势》）请看，韩非在这里所举的他物：马车、马、辔、马鞭，都是大家所熟悉的简单、具体、清楚的事物，再把国家比喻为车，把权势比喻为马，把号令比喻为辔，把刑罚比喻为鞭，把贤肖不同的君王比喻为驾车人，国家、权势、号令、刑罚之间原本复杂的关系以及君王的贤德与管理能力在治国中的作用便一下子变得简单明白了，即使目不视丁的田间农夫，听了韩非的这番话也会明白的。



由于譬喻在阐明道理上的特殊作用，所以在先秦诸子著作中充满了譬喻，譬喻之多，以至可以按功能进行划类：劝服人的譬喻、揭露论敌矛盾的譬喻、阐明主张的譬喻、回答提问的譬喻、颂扬美德的譬喻、权衡得失利弊的譬喻等等。有的学者还对譬喻的功能、规律、技巧、原则进行理性思考，提出了“异类不比”，“不可狂举”等比喻原则（《墨子·小取》）。譬喻实践的丰富性与理论思考的提炼，使得中国传统文化传播中的譬喻具有很强的时空穿透力，穿过几百年、几千年，流传到今天、流传到民间。如，唇亡齿寒、釜底抽薪、载舟覆舟、有的放矢、缘木求鱼、杯水车薪、滴水穿石、张冠李戴、引鸪止渴等等。这些譬喻在民间广泛流传，说明譬喻是受欢迎的一种有效的传播形式。它之所以受欢迎是因为受传者在接受这种形式的传播时，不是被否定的当事者而是欣赏传播讲述譬喻的旁观者，不但自尊心不会受到损伤，而且从当事者迷变成清醒的旁观者，提高了对传播内容的理解力。

**阶梯法** 有时，当传播者发现受传者犯了一个错误，需要指出他这一错误并要他改正，如果直说，不仅使受传者很尴尬，而且很容易使受传者产生逆反心理甚至对立情绪而难于接受传播者的意见。这时，最好用阶梯法也就是给受传者搭个阶梯，让他在不失面子的情况下自觉改正错误。例如：

一天下午，一位老师经过学校后操场时，发现前两天帮助搬运实验室器材的那几位同学正拿着一枚实验室特有的凸透镜在阳光下做“聚焦”实验。他想：他们哪来的凸透镜？难道是在搬运时趁人不备拿了一枚？实验室正丢了一枚。是上去问个究竟还是视而不见绕道而过？正为难之时，同学们发现了了他。从他们慌张的神情中，这位老师肯定了自己的判断。

当时的空气就像凝固了似的，一分一秒也不能拖延。他紧急地寻找指出他们错误并说服他们改正错误的方法。很快他选择了阶梯法，笑着走上去说：“哟，这透镜找到了！谢谢你们！昨天我到实验室准备做实验，发现少了一枚透镜，我想大概是搬迁过程中丢失了，我沿途找了好几遍都未能找到，谢谢你们帮我找到了这枚透镜。这样吧，你们继续实验，下午还给我也不迟。”

同学们轻松地点点头，空气依旧那么温暖，那么清新。（3）

请看，实验室丢了一枚凸透镜，现在在你们这儿。怎么解释？是你们“拿”了或是你们“偷”了或是你们“找到”了，不管哪种解释，这是学校的财产，都得归还到实验室去。要达到把凸透镜归还到学校实验室的目的，哪一种解释既能达到目的又最能使同学们乐于接受“把凸透镜还回实验室”的意见呢？显然，“是你们帮我找到了”这一解释才能两全齐美。因为，说“是你们帮我找到了这枚透镜。”就是给你们搭上了一架楼梯，好让你们体体面面地下来，轻轻松松地把凸透镜归还到实验室去。而如果用另外两种解释，不保他们的面子，他们可能辩解说是在某处捡拾到的。这位老师要证明他们不是捡拾到的而是偷的，并不是一件很容易的事。比较起来，阶梯法不失为让受传者接受传播者关于要受传者改正错误的意见的一种行之有效的办法。

受传者除了不愿选择、采纳带有“偷”、“盗”之类贬义、侮辱性的传播内容，对带有犯忌揭短、触及隐私、显露轻视、含有仇恨、不光彩的历史等等有失其面子的传播内容同样不愿意选择，不愿意采纳。这就要求传播者要像上面那位老师一样，寻找一种能不失受传者面子的说法去达到同样的传播目的：“把凸透镜归还到实验室去”。这就是传播艺术，这就是传播技巧。这种传播艺术，这种传播技巧就是顺利达到同一传播目的而避免踩炸受传者心灵通道上的“地雷”的艺术和技巧。

以上我们谈了：人际传播中受传者的心理系统在选择信息时使用的第一个把关标准——自尊心，谈了人类认识了这一把关标准后，又积极地探讨如何通过自尊心所把守的关口顺利地进入受传者心灵的殿堂的方式方法。为了使读者对这些方式方法有一个具体的了解，我们介绍了“归谬法”、“隐语法”、“譬喻法”和“阶梯法”以见这些方式方法之一斑。下面我们讲受传者心理系统选择信息的第二个把关标准。

**第二个把关标准——感情。**感情是心灵的门户，传播者要把传播内容送到受传者心灵里去，首先得把这道心灵的大门打开。如果传播者不首先使受传者动情，把这道门打开，即使传播内容是真理、是良策、是为受传者谋利的，受传者也会视而不见，充耳不闻，或者看了、听了，也不赞同、不接受、不采纳。也就是说，受传者对传播信息的感情选择与理智选择不仅有时是矛盾的，而且当二者矛盾时，感情的选择居于首位甚至可以说是居于支配地位。普林斯顿大学的艾伦·桑菲和他的同事用大脑成像技术来研究人们做出非理智决定从而导致不必要经济损失时的状态。他们发现，消极的情感状态会压倒逻辑思考。他们研究的是一个最简单的决策例子——“要就要，不要就拉倒”，即一个提议者可以决定如何与另一个接受者分10美元。如果后者同意，两人就按提议的份额分钱；如果不同意，两人都拿不到钱。这是陌生人之间的一次性交易。一方面，提议者会尽量降

低给对方份额，如1美元；另一方面，接受者却尽力要求得到更多的份额，如9美元至少5美元。一般的经济学家都是从理性选择的角度去判断，认为不管能得到的份额有多小，接受者都应该会同意，因为，得到的份额再少总比一点都没有得到强。但在现实生活中，人们经常是按感情选择行事的，即，拒绝他们认为不公平的交易，宁肯自己一点份额也分不到也要让另一方得不到意外之财。在让人们做这个理性选择与感情选择对比实验时，研究人员用功能核磁共振成像技术来扫描接受者的大脑，这样能显示大脑的哪一部分比较活跃。结果发现，出价越不公平，与厌恶和其它消极情感有关的前脑岛部分就越活跃。一般来看，当受测者拒绝提议时，大脑中情感区域的活动都超过了背外侧前额叶理性的活动。（4）

中国传统文化的传播者也看到了这一点，因而往往在传播内容中添加些动情的材料，制成打开这道心灵大门的钥匙，门一打开，再把传播内容送进受传者的心灵中去。如：

赵太后新用事，秦急攻之。赵氏求救于齐，齐曰：“必以长安君为质，兵乃出。”太后不肯，大臣强谏。太后明谓左右：“有复言令长安君为质者，老妇必唾其面”

左师触龙言愿见太后。太后盛气而胥之。入而徐趋，至而自谢，曰：“老臣病足，曾不能疾走，不得见久矣。窃自怨，而恐太后王体之有所郤也，故愿望见太后。”太后曰：“老妇恃辇而行。”曰：“日食饮得无衰乎？”曰：“恃粥耳！”曰：“老臣今者殊不欲食，乃自强步，日三、四里，少益耆食，和于身也。”太后曰：“老妇不能。”太后之色少解。

左师公曰：“老臣贱息舒祺，最少，不肖。而臣衰，窃爱怜之。愿令得补黑衣之数，以卫王宫，没死以闻。”太后说：“敬诺。年几何矣？”对曰：“十五岁矣。虽少，愿及未填沟壑而托之”太后曰：“丈夫亦爱怜其少子乎？”对曰：“甚于妇人。”太后笑曰：“妇人异甚。”对曰：“老臣窃以为媼之爱燕后，贤于长安君”曰：“君过矣，不若长安君之甚。”左师公曰：“父母之爱子，则为之计深远。媼之送燕后也，持其踵，为之泣，念悲其远也，亦哀之矣。已行，非弗思也，祭祀必祝之，祝曰：‘必勿使反。’岂非计久长，有子孙相继。”左师公曰：“今三世以前，至于赵之为赵，赵主之子孙侯者，其继有在者乎？”曰：“无有。”曰：“微独赵，诸侯有在者乎？”曰：“老妇不闻也。”曰：“此其近者祸及身，远者及其子孙。岂人主之子孙侯则必不善哉？位尊而无功，奉厚而无劳，而挟重器多也。今媼尊长安君之位，而封之以膏腴之地，多与之重器，而不及今令有功于国，一旦山陵崩，长安君何以自托于赵？老臣以媼为长安君计短也，故以为其爱不若燕后。”太后曰：“诺。恣君之所使之。”于是为长安君约车百乘，质于齐，齐兵乃出。（《战国策·赵策四》）

在这里，传播内容极简单：只有把赵太后的小儿子长安君送到齐国作人质，齐国才会出兵来把赵国解救于强秦围攻的水深火热之中。然而，受传者赵太后就是不能接受群臣的强谏，甚至扬言：

“有再来劝我拿小儿子去作人质者，老妇要吐他满脸口水！”受传者心灵的大门呼的一声关上了，长安君是赵太后身上掉下来的一块肉呀！还能有什么办法能让她接受传播内容呢？有，这就是传播者触龙的办法：在传播内容里添加10来倍的动情材料，把这些材料制成适合受传者心理特点的钥匙，先把受传者赵太后心灵的大门打开，传播内容才被受传者接受了、采纳了。

爱是一种情感，恨也是一种情感。有些传播内容不能为受传者接受、采纳时，在其中增加能激起受传者仇恨的材料就会达到传播的目的。例如《史记·平原君虞卿列传》里讲了这样一段史事：当秦国增兵攻打赵国甚急时，平原君受赵孝成王之托，带着门客毛遂到楚国，说楚王联合抗秦。到了楚国，平原君向楚考烈王把联合抗秦的好处一五一十的说了一大通，也针对楚王提出的疑问一一作了解释。可是，从早上太阳升起说到夕阳西下，楚王还是不同意联合抗秦。这时，毛遂站出来对楚王说：“楚国乃沃野数千里，甲兵百万的泱泱大国，自楚庄王以来，一直是霸主，以前的历史多光荣。没想到秦国一进攻，楚国连着吃败仗。堂堂的国王当了秦国的俘虏，死在敌国。这是楚国的奇耻大辱，紧接着来了秦大将白起那小子，把楚国的京城郢都夺去了，逼得您迁都到陈这个地方来。把这么天大的仇恨说给小孩子听，他们也会难受，难道大王倒不想报仇吗？”这番话一句句像锥子似的扎在楚考烈王心上，戮到了他的耻辱，点燃了他仇恨的烈火，于是，他斩钉截铁地说：

“好吧，我们联合抗秦！”立即派春申君黄歇为大将，率8万大军去救赵抗秦。

在这里，传播内容也极简单：楚赵联合抗秦及其意义。但受传者就是不接受、不采纳，还是补充了动情材料，把受传者心灵的大门打开之后，传播内容才被接受、被采纳，平原君才达到了此行的传播目的。

按感情是情感与情绪的总称的观点，（5）我们谈了受传者内在深层体验的情感，现在来谈谈受传者的情绪在选择信息中作用。在日常生活中，我们都感受到，一个人在发火时很难听得进别人的劝告，相反，一个人很高兴的时候就很容易接受别人的要求。因此，许多人都懂得当别人在气头上、在冒火时不要去同他谈什么事、解释什么样事，更不要去求他做什么事，等他消了气、熄了火后再去说。有的人不消极等待，而是主动想尽各种方式方法消他的气、熄他的火，使他乐起来、高兴起来。这些方法有：



一、幽默 用幽默诙谐的方式使生气的受传者笑起来、乐起来。某西餐馆，因一服务员的疏忽耽误了顾客的时间，致使顾客生气地叫：“等了半个多小时，我点的菜怎么还不来？”

“您点的什么菜？”另一服务员忙迎上去问。

“烧鳖！”

“哎呀，难怪那么久都没来，鳖走得多慢呀，要是先生点的是烧奔马，早就跑来了。”

见顾客笑了，这位服务员又立即说：“好，我到厨房去催催这该死的鳖走快点。”一溜烟消失在厨房门口，一会儿端着一盘香喷喷的烧鳖来：“迟到的鳖鱼来了，先生，请您狠狠惩罚它，用利牙把它铡碎，再送到胃瓶里用胃酸把它消化掉，再不让它在这世上慢腾腾地气人了！”顾客大笑，什么气也没有了。要不是用这种方法，而照一般的解释、道歉，顾客特别是脾气不好的顾客不但听不进，气也难消。

在人际传播中，传播者会常常遇到受传者生气而堵塞了传播，用此法可疏通堵塞了的传播通道。

二、发泄 当传播者需要劝说受传者，但受传者因憋着一肚子气而听不进时，最好想法让他把气渲泄掉再劝他。林肯就曾这样做过。

一天，国防部长斯坦顿来到林肯面前，气呼呼地对他诉说一位少将用侮辱的话指责他偏袒一些人。林肯建议他写信针锋相对地反驳他。

“可以狠狠地刺痛他一下嘛。”林肯说。

斯坦顿立即写了一封措词强烈的信拿给总统看。

“对！对！”林肯完全赞成，大声喊道：“写得好！严厉地批评一顿，这是个最好的办法，斯坦顿。”

但当斯坦顿把信叠好快要放进信封时，林肯问道：“您打算怎样处置它？”

“寄出去呀。”斯坦顿被这一问弄得稀里糊涂，丈二和尚摸不着头脑。

“不要胡闹，”林肯大声说，“你不应该把它寄出去。快把它扔进火炉中去吧。每次当我发火时，我就尽情地写封信发泄发泄，写完后就把它扔了。我每次总是这样做的。可知这是一封很起作用的信，不消说你的气已经消了，也就心平气和了。如果气还未消完，那再写第二封信，直到把气消完为止。”

斯坦顿笑着说：“原来总统还有这个消气验方。”（6）

像林肯这样，先顺着对方说一些助长他发火的话，待他认为你支持他而按你的建议去做一件他并不知道的事之后，再因势利导，进行劝说就有效了。

在人际传播中，面对受传者的各种阻塞了信息传播通道的情绪，需要采用相应的方式方法。上面只举了其中的一两种，这些方式方法实际上是比较多的，从本书主线考虑，我们不能在这里一一介绍。只是在这里要指出的是，采用什么方式方法都要围绕如何使受传者产生一种有利于接受传播的情绪来考虑。比如请受传者吃饭、喝茶、旅游、玩牌、看戏、送礼等等都是社会生活中求人办事时，为使所求之人高兴以听取其诉求所采取的一些方式方法。也就是说，在人际传播中，情绪也是受传者胃口上把关的舌头，传播者所传播的信息要通过受传者的胃口，首先得让情绪这一舌头检验：苦不苦，辣不辣，酸不酸，淡不淡，鲜不鲜，总之不可可口，可口了才放行准入。这就是必须在传播的信息中增加一些“佐料”。这也和前面谈到情感时一样的，要动之以情就要对传播内容进行加工。

总之，对于受传者的情感、情绪说来，有些传播内容是块“生肉”，非添加“佐料”烹调加工不可，否则，受传者的情感和情绪是难于“吞食”的。中国传统文化的传播者们看到了这一点，一般都不会把传播内容原原本本地传给受传者，大都是要根据受传者的文化水平、生活习惯、兴趣爱好、社会地位、政治观点、道德品质、性格等特点进行加工，特别是补充动情材料的加工。从《战国策》中，我们可以看到不少纵横家在游说各国君主采纳自己的治国之策时，往往补充了动情材料。在《论语》、《孟子》、《韩非子》、《墨子》、《荀子》等著作中也有不少类似的材料。在《尚书》的《汤诰》、《伊训》、《盘庚》等篇中，我们看到商汤告诫万方诸侯“各守尔典”（遵纪守法）时，伊尹教育太甲时，盘庚说服臣民迁都时都加了动情材料。特别是在《论语》、《孟子》、《韩非子》、《墨子》等著作里，不仅有先秦诸子为说服各国君王而加进动情材料的记载，而且还有为什么要动情的论述：“教者必以正，以正不行，继之以怒。继之以怒，则反夷矣。”

“责善则离，离则不祥莫大焉。”孟子在这里告诉我们，如果传播者伤害了受传者的感情，相互间有了隔阂，传播效果就会受到很大的影响。因此，孟子认为，传播者首先要感动受传者。怎么样感动？这就要“至诚”，“至诚而不动者，未之有也。”（《孟子·离娄上》）庄子也说：“不精不诚，不能动人。”（《庄子·渔父》）南宋的朱熹撰写的《近思录》卷10里把对传播内容进行动情

的加工说得更完整：“要使诚意之交通，在于未言之前，则言出而人信矣。”即，要使受传者相信传播内容（言），就要在传出之前增加一些至诚动情的材料，以沟通传播者与受传者之间的感情，把受传者心灵的大门打开才成。

第三个把关标准——意向。在人际传播中，与受传者的意向相违背的信息会被受传者的心理系统所拒绝，相反，则会被吸收、接纳。例如：

楚王将游荆台，司马子祺谏之曰：“荆台之游，左洞庭之波，右彭蠡之水，南望猎山，下临方淮，其乐使人遗老而忘死，人君游者，尽以亡其国，愿大王勿往游焉。”王怒之。令尹子西贺于殿下，谏曰：“今荆台之观，不可失也。”王喜，拊子西之背曰：“与子共乐之矣。”子西步马十里，引辔而止，曰：“臣愿言有道，王肯听之乎？”王曰：“子其言之。”子西曰：“臣闻为人臣而忠其君者，爵禄不足以赏也；谏其君者，刑罚不足以诛也。夫子祺者忠臣也，而臣者谏臣也。愿王赏忠而诛谏焉。”王曰：“我今听司马之谏，是独能禁我耳。若后世游之，何也？”子西曰：“禁后世易耳。大王万岁之后，起山陵于荆台之上，则子孙必不忍游于父祖之墓以为欢乐也。”王曰：“善。”乃还。（《说苑·正谏》）

楚王为什么听不进子祺的劝谏而且还发怒？因为子祺的意见违背了楚王游荆台的意向，按认知不和谐理论所揭示的规律，（7）传播的信息一旦与受传者的意向相反，就会使受传者内心产生不和谐，内心产生了不和谐，心里就不愉快。这种不愉快的表现方式随着受传者的个性（主要是气质）、社会地位的不同而不同。胆汁质的人会发火而粘液质的人不会意于言表最多脸色稍阴沉一点。社会地位低下的人当众不敢发作而社会地位高的人特别是如楚王这种绝对权威者就会放肆地发泄。

楚王为什么能听进子西的两次谈话？第一次是因为顺着楚王游荆台的意向，没有引起楚王内心的不和谐，相反，倒是使楚王心里欢喜，因此，愉快地接受了；第二次谈话的几层意思都因没有引起楚王认知上的不和谐，都被楚王接受了：第一层意思，请王听有道之言，而君王一般都没有“有道之言不可听，不能听，不愿听”的意向，所以，请王听有道之言不与楚王的意向冲突，不会引起楚王内心的不和谐而被楚王接受了；第二层意思，请赏忠臣诛谏臣，而一般君王都有赏忠臣诛谏臣的意向，因此，请赏忠臣也不与楚王的意向冲突，没有引起楚王内心的不和谐而被楚王接受了；第三层意思，请楚王诛我谏臣子西，而楚王既没有“子西是谏臣”的意向，更没有“诛谏臣子西”的意向，因而不存在与楚王已有意向冲突引起他内心不愉快的后果。正因为楚王原本没有“子西是谏臣”、应当“诛谏臣子西”的意向，这个“诛谏臣子西”的请求便引起了楚王和平地反省：这个子西既知子祺劝阻我游荆台乃忠臣之举，为什么要在朝庭上还赞同我说：“荆台之观不可失也”？啊，他是当众维护我君王的尊严，保护我的面子。既然已上了游荆台之路了，为什么还要请停下来诛他呢？他不想让他赞同过的错事最终发生而败坏了社稷勤俭之风。为保社稷勤俭之风，他宁愿惩罚他自己，真乃忠臣也。楚王为他的自我牺牲精神所感动，心灵的大门打开了，“荆台不可游”的意见所接受了。

在人际传播中，传者所传播的信息是否能被受传者采纳，一个重要因素就是传者的信息是否与受传者的意向相左。所以，有人在与别人交谈特别是要说服别人之前就千方百计地了解受传者的意向。西安事变前夕，张学良和杨虎城各自都是有用兵谏的方式逼蒋介石停止内战一致抗日的想法，对于这样一个关系身家性命和国家前途的大事，在未知对方意向之前，虽双方频频晤面，谁也不敢轻易开口。还是杨虎城找到一个投石问路的办法。他手下有一位著名的共产党员叫王炳南，张学良也认识。在一次晤面中，杨说：“王炳南是个极进分子，他主张扣留蒋介石？”张学良及时接着说：“我看这也不失为一个好办法。”明确了对方的意向后，两个聪明的将军开始商谈行动计划。有时候，要直接探明受传者的意向比较难，还需通过间接的方式去了解。如：

魏之围邯郸也，申不害始合于韩王，然未知王之所欲也，恐言而未必中于王也。王问申子曰：“吾谁与而可？”对曰：“此安危之要，国家之大事也。臣请深惟而苦思之。”乃微谓赵卓、韩晁曰：“子皆国之辨士也，夫为人臣者，言可必用，尽忠而已矣。”二人各进议于王以事。申子微视王之所言以言于王，王大说之。（《战国策·韩策一》）

这个申不害可是一个不摸清受传者意向不表态的典型。你看，韩王已问到他的嘴门上了：“魏、赵交战，在魏与赵之间，我该与谁联合呢？”但因为他还不知道韩王的意向，便以国家大事，让我考虑考虑再说。下来立即怂恿赵卓、韩晁到韩王面前去献策，他借此暗中了解韩王的意向后再去回答韩王联合谁。结果，他的主张很中韩王之意而受到重视。可见，是否了解、是否摸清了受传者的意向，乃是传者所传播的信息是否为受传者选择、采纳的出发点和重要依据。不过，受传者是否选



择、采纳传播者所传的信息，不只受一个把关标准的影响，有时要受多个把关标准的影响。上面所举子西让楚王接受自己意见的成功一例就是这样，它启示我们：在人际传播中，传播者要让自己所传播的信息为受传者选择、采纳，就要看到受传者选择信息的把关标准，就要遵循上面谈的3个原则：一要尊重受传者，要保他的面子更不要伤他的面子；二要使他感动；三要顺着他的意向，尽可能不要与之冲突。

有些传播学家所作的一些实验证实：人们倾向于注意、选择那些与自己的态度、兴趣、立场等意向相符的信息而有意或无意避开与他们的意向相反的传播信息。在依或然率抽样的一群成人内，阅读有关吸烟与癌症关系的宣传文章的读者中，不吸烟的男子占60%，吸烟的男子占32%。

(8)你看，这些宣传文章本来是针对吸烟者，是对吸烟者有益的文章，可是因为这些文章与吸烟者的意向不符，他们中大多数不读；倒是大多数不吸烟的人读它。这一调查材料再次证实：逆受传者意向的传播观点难于为受传者选择、采纳；顺着受传者意向的传播信息易于被评为受传者所选择、采纳。

第四个把关标准——利与害。这是受传者是否选择、采纳传播者所传播的信息的一个重要把关标准。先秦纵横家往往是以利害说动各国君王以采纳自己意见的。有的国君一听说有利可图便信进心里，利令智昏，吃了大亏。最典型的事例莫过于楚怀王被张仪的画饼逗得晕头转向的戏好看了：

齐助楚攻秦，取曲沃，其后，秦欲伐齐，齐、楚之交善，惠王患之，谓张仪曰：“吾欲伐齐，齐、楚方欢，子为寡人虑之，奈何？”张仪曰：“王其为臣约车并币，臣请试之。”

张仪南见楚王，曰：“弊邑之王所说甚者，无大大王；唯仪之所甚愿为臣者，亦无大大王。弊邑之王所甚憎者，无大齐王；唯仪之甚憎者，亦无大齐王。今齐王之罪，其于弊邑之王甚厚，弊邑欲伐之，而大国与之欢，是以弊邑之王不得事令而仪不得为臣也。大王苟能闭关绝齐，臣请使秦王献商、於之地，方六百里。若此，齐必弱，齐弱则必为王役矣。则是北弱齐、西德于秦，而私商於之地以为利也，则此一计而三利俱至。”

楚王大说，宣之于朝廷，曰：“不穀得商於之田，方六百里。”群臣闻见者皆贺，陈轸后见，独不贺。楚王曰：“不穀不烦一兵，不伤一人，而得商、於之地六百里，寡人自以为智矣。诸士大夫皆贺，子独不贺，何也？”陈轸对曰：“臣见商、於之地不可得，而患必至也，故不敢妄贺。”王曰：“何也？”对曰：“夫秦所以重王者，以王有齐也。今地未可得而齐先绝，是楚孤也，秦又何重孤国？且出地后绝齐，秦计必弗为也。先绝齐后责地，且必受欺于张仪。受欺于张仪，王必愧之。是西生秦患，北绝齐交，则两国兵必至也。”楚王不听，曰：“吾事善矣，子其弭口无言，以待吾事！”楚王使人绝齐，使者未来，又重绝之。

张仪反，秦使人使齐，齐、秦之交阴合。楚因使一将军受地于秦。张仪至，称病不朝。楚王曰：“张子以寡人不绝齐乎？”乃使勇士往詈齐王。张仪知楚绝齐也，乃出见使者，曰：“从某至某，广从六里。”使者曰：“臣闻六百里，不闻六里。”仪曰：“仪固以小人，安得六百里？”使者反报楚王，楚王大怒，欲兴师伐秦。陈轸曰：“臣可以言乎？”王曰：“可矣。”轸曰：“伐秦非计也。王不如因而赂之一名都，与之伐齐，是我亡于秦而取偿于齐也。楚国不尚全乎？今王已绝齐，而责欺于秦，是吾合齐、秦之交也，国必大伤。”楚王不听，遂举兵伐秦。秦与齐合，韩氏从之。楚兵大败于杜陵。（《战国策·秦策二》）

这一史料向我们显示，利与害是怎样强有力地左右着受传者的心理活动，左右着受传者对信息的取舍。这个楚怀王一听张仪说他想请求秦王献给他方圆六百里的商、于之地，便见利忘义，把刚刚帮助楚国夺取曲沃之地的盟友齐国一脚踢开，抹脸无情，立即派人与之绝交，第一个使者还未回来又再派人去绝交，甚至还派人到边境去辱骂齐王。这“方圆六百里”的空头支票竟使他利令智昏：不但自己不想想这只是张仪打算请秦王献地，秦王会不会同意，最终能不能兑现？而且，对陈轸的丝丝入扣的精辟分析和正确判断也听不进去甚至不耐烦听了：“我的事是稳妥的，你就快别说了，等我的好消息吧。”可见，能给受传者带来利益的信息是怎样大受欢迎，甚至虚假的能给受传者带来利益的信息也受欢迎，而且，这种虚假的信息一旦为受传者所选择，占据了受传者的心灵，那么，揭示其虚假性的信息就难进去了。因此，在人际传播中，传播者在争取受传者选择、采纳自己的信息时，不但要注意信息要蕴涵着受传者的利益，在有竞争对手的情况下还得更要注意如何抢先一步传给受传者。

能给受传者带来利益的信息大受欢迎，那么，能给受传者提示灾害的信息又怎样呢？请看：

楚怀王拘张仪，将欲杀之。靳尚为仪谓楚王曰：“拘张仪，秦王必怒。天下见楚之无秦也，楚必轻矣。”又谓王之幸夫人郑袖曰：“子亦自知且贱于王乎？”郑袖曰：“何也？”尚曰：“张仪者，秦王之忠信有功臣也。今楚拘之，秦王欲出之。秦王有爱女而美，又简择宫中佳丽好玩习音者，以欢从之；资之金玉宝器。奉以上庸六县为汤沐邑，欲因张仪内之楚王。楚王必爱，秦女依强秦以为重，挟宝地以资，势为王妻以临于楚。王惑于虞乐，必厚尊敬亲爱之而忘子，子益贱而日疏矣。”郑袖曰：“愿委之于公，为之奈

何？”曰：“子何不急于言，出张子。张子得出，德子无己时，秦女必不采，而秦必重子。子内擅楚之贵，外结秦之交，畜张子以为用，子之子孙必为楚太子矣，此非布衣之利也。”郑袖遽说楚王出张子。（《战国策·楚策二》）

楚怀王所宠爱的夫人郑袖，一听到靳尚说：“夫人可知道自己离失宠的日子不远了吗？”耳朵一下竖起来了：“为何这样说呢？”当靳尚把秦王要用他最宠爱最美丽的女儿献给楚王，以拯救他所重用的有功之臣张仪回国，由此终将使郑袖失宠的道理一说，郑袖着急了：“一切委托你去办吧，我实在不知如何是好。”如果说能带来利益的信息使受传者高兴的话，那么，能带来灾祸的信息则令受传者不安甚至恐惧，后者比前者更容易引起受传者的注意，更容易牵动受传者的心。靳尚在这里使用了一种有效的传播手法：当传播者需要说动受传者去做某件事的时候，请求的信息不如用灾祸的信息更有效。如果靳尚直接跑去求郑袖：“夫人，请您给楚王说一声，把张仪放了吧。”可能郑袖会觉得放不放张仪与我有何相干，不一定到楚王那里说情，至少不会及时、认真地去办；现在靳尚把放不放张仪与郑袖不相干变成事关郑袖将来是否失宠，郑袖为解除这一威胁，用不着催她，她就会心急火燎去办，而且非办成不可。可见，纯粹请求的信息远不如把它加工成受传者灾祸的信息，不但更能为受传者选择、采纳，而且其效果的时效性和可靠性成十倍、几十倍的增加。

有些时候，当自尊的把关标准与利害的把关标准矛盾时，受传者会最终舍自尊标准而取利害标准。蔡泽说范雎就是一例。范雎帮助秦昭王对外以远交近攻的策略，征服韩魏等国，提高了秦的国威；对内把分割于太后、穰侯、泾阳君和华阳君手中的权力集中昭王手中。因此受到秦昭王的特别信赖和重用，封为国相，言听计从。正是在范雎春风得意之时，有个燕人蔡泽却跑来向他的自尊心挑战。蔡泽托人给范雎带信说：“燕地客人蔡泽乃天下雄辩豪杰之士。他一见到秦王，秦王必然拜他为相而替代您的位置。”

应侯闻之，使人召蔡泽。蔡泽入，则揖应侯，应侯固不快；乃见之，又倨。应侯因让之曰：“子常宣言代我相秦，岂有此乎？”对曰：“然。”应侯曰：“请闻其说。”

在这里，我们看到受传者如果必须使用两个选择信息标准，而且这两个标准发生矛盾时，两个标准的主与次就显示出来了：按照自尊的标准，蔡泽如此藐视堂堂国相，范雎是不会见他的。见了，蔡泽又倨傲无礼，毫不掩饰地回答范雎，我就是说过要取代你为相。照一般情理应把他轰出去的，但是，蔡泽的话语里含有事关范雎前途利害的信息，所以，还是耐着性子听他说说如何取代国相。可见，受传者使用自尊和利害两个标准选择、采纳信息时，如二者发生矛盾，受传者会舍自尊而用利害这一标准。

蔡泽首先用日中则移，月满则亏，春夏秋冬等自然现象来证明盛极必衰乃是大自然的必然规律。然后举了大量史事来证明人世的变化也得遵守这一规律：遵守这一规律，功成身退，就善始善终；不遵守这一规律的就不得好死。他着重以商鞅、白起、吴起、文种这4人因不遵守这一规律而暴死；明智的范蠡遵守这一规律而善始善终的实例来劝范雎让位：

夫商君为孝公平权衡、正度量、调轻重，决裂阡陌，教民耕战，是以兵动而地广，兵休而国富，故秦无敌于天下，立威诸侯。功已成矣，遂以车裂。楚地持戟百万，白起率数万之师，以与楚战，一战举鄢、郢，再战烧夷陵，南并蜀、汉，又越韩、魏攻强赵，北坑马服，诛屠四十余万之众，流血成川，沸声若雷，使秦业帝。自是之后，赵、楚慑服，不敢攻秦者，白起之势也。身所服者七十余城，功已成矣，赐死于杜邮。吴起为楚悼罢无能，废无用，损不急之官，塞私门之请，壹楚国之俗，南收杨越，北并陈、蔡，破横散从，使驰说之士无所开其口。功已成矣，卒支解。大夫仲为越王垦草创邑，辟地植谷，率四方之士，专上下之力，以禽劲吴，成霸功，勾践终倍而杀之。此四子者，成功而不去，祸至于此。此所谓信而不能诘，往而不能反者也。范蠡知之，超然避世，长为陶朱。君独不观博者乎？或欲大投，或欲分功。此皆君之所明知也。今君相秦，计不下衽席，谋不出廊庙，坐制诸侯，利施三川，以实宜阳，决羊肠之险，塞太行之口，又斩范、中行之途，栈道千里通于蜀、汉，使天下皆畏秦。秦之欲得矣，君之功极矣。此亦秦之分功之时也！如是不退，则商君、白公、吴起、大夫仲是也。君何不以此时归相印？让贤者授之，必有伯夷之廉；长为应侯，世世称孤，而有乔、松之寿。孰与以祸终哉？此则君何居焉？”应侯曰：“善。”乃延入坐，为上客。

后数日，入朝，言于秦昭王曰：“客新有从山东来者蔡泽，其人辩士。臣之见人众矣，莫有及者，臣不如也。”秦昭王召见，与语，大说之，拜为客卿。应侯因谢病，请归相印。昭王强起应侯，应侯遂称笃，因免相。昭王新说蔡泽计画，遂拜为秦相，东收周室。（《战国策·秦策三》）

在活生生的实事面前，范雎终于采纳了蔡泽的意见，趁功勋无以复加之时隐退，既可博取伯夷一样的美名，也可长享富贵，益寿延年，又可避免日后像商鞅一样身遭惨祸。

总之，蕴含利害的信息最容易为受传者所注意、重视、选择和采纳，当它与其它选择信息的标准



相冲突时，受传者会舍其它标准而只取它作为选择信息的把关标准。

第五个把关标准——好恶。在人际传播中，传播的信息如果是受传者喜欢的，那就最容易引起他的注意、选择和采纳；相反，传播的信息如果是受传者厌恶的，那么，不仅不容易引起受传者的注意，就是引起他注意了，也不一定被受传者所选择、采纳。例如：

张仪之楚，贫。舍人怒而欲归。张仪曰：“子必以衣冠之敝，故欲归。子待我为子见楚王。”当是之时，南后、郑袖贵于楚。张子见楚王，楚王不说。张子曰：“王无所用臣，臣请北见晋君。”楚王曰：“诺。”张子曰：“王无求于晋国？”王曰：“黄金珠玑犀象出于楚，寡人无求于晋国。”张子曰：“王徒不好色耳？”王曰：“何也？”张子曰：“彼郑、周之女，粉白黛墨，立于衢闾，非知而见之者，以为神。”楚王曰：“楚，僻陋之国也，未尝见中国之女如此其美也，寡人之独何为不好色也？”乃资之以珠玉。南后、郑袖闻之大恐。令人谓张子曰：“妾闻将军之晋国，偶有金千斤，进之左右，以供刍秣。”郑袖亦以金五百斤。

张子辞楚王曰：“天下关闭不通，未知见日也，愿王赐之觞。”王曰：“诺。”乃觞之。张子中饮，再拜而请曰：非有他人于此也，愿王召所便习而觞之。”王曰：“诺。”乃召南后、郑袖而觞之。张子再拜而请曰：“仪有死罪于大王。”王曰：“何也？”曰：“仪行天下遍矣，未尝见人如此其美也！而仪言得美人，是欺王也！”王曰：“子释之。吾固以为天下莫若是两人也。”（《战国策·楚策三》）

张仪见到楚王，楚王不高兴。张仪便以退为进：“既然大王没有用得着张仪的地方，那我就北上去谒见三晋君主。”楚王一点挽留的意思也没有，冷冰冰地说：“请便吧。”张仪还不死心，还要寻找楚王喜好什么：“大王不想得到晋地什么东西么？”楚王很自负地说：“黄金珠玉，象牙犀角，皆产自本国，我还希奇什么？”张仪挑逗道：“难道大王不好女色吗？”这下可搔到了楚王的痒处：“先生何出此言？”投中了所好，楚王关闭的耳门被张仪打开了，鼻子也被张仪牵着了。不但张仪大吹特吹郑、周的女子如何如何美的牛屁也听进去了，而且张仪求啥满足啥：要珠宝给珠宝，要喝酒就赏酒，要左右亲宠来陪饮就叫南后、郑袖来共饮。可见，在人际传播中，当受传者对传播者及其传播内容不感兴趣时，只要在传播内容中加进一些受传播者喜好的成份，那么，不仅传播的本来内容会被选择、采纳，而且传播的主要目的（这里的具体目的是得到珠宝）也容易达到。

第六个把关标准——个性。在人际传播中，有时同样的传播信息张三愿意听而李四不愿听王五甚至厌恶听。究其原因在于受传者个性上的不同。例如：

齐王建入朝于秦，雍门司马横戟当马前曰：“所为立王者，为社稷耶？为王耶？”王曰：“为社稷。”司马曰：“为社稷立王，王何以去社稷而人秦？”齐王还车而反。

即墨大夫闻雍门司马谏而听之，则以为可与为谋，即入见齐王曰：“齐地方数千里，带甲数百万。夫三晋大夫，皆不便秦，而在阿、鄆之间者百数，王收而与之百万之众，使收三晋之故地，即临晋之关可以入矣；鄆、郢大夫，不欲为秦，而在城南下者百数，王收而与之百万之师，使收楚故地，即武关可以入矣。如此，则齐威可立，秦国可亡。夫舍南面之称制，乃西面而事秦，为大王不取也。”齐王不听。

秦使陈驰语齐王内之，约与五百里之地。齐王不听即墨大夫而听陈驰，遂入秦。处之共松柏之间，饿而死。先是，齐为之歌曰：“松邪！柏耶！住建共者，客耶！”（《战国策·齐策六》）

这个齐王建性格就软弱，当雍门司马“横戟当马”质问他时，他退缩了：“还车而返”；而即墨大夫希望他不要自甘臣属于秦，要看到齐国足以与秦分庭抗礼的优势，利用韩、赵、魏三家君王和楚王都不愿臣事于秦，帮助他们收复失地以树立齐威并乘势攻入武关以灭强秦时，他却听不进去。为什么？因为软弱的人常常只见对手的优势和自己的弱势，对通过自己的努力实现宏伟目标缺乏信心，因此听不进；而秦王派来的奸细陈驰用花言巧语引诱，他却听信了。为什么？因为不费力就可得“五百里地”。软弱的人一方面不愿意听要花大力气才可实现的远大目标的意见，另一方面对不劳而获的信息却容易入耳。所以，他被骗到秦国软禁在一个松林中，活活饿死。在日常生活中，我们会发现那些懦弱的人，如果你要动员他去做某项事情或劝他合作共同去做某项事情，他总是把做那件事情的困难说一大堆而谢绝你的动员和劝导；相反，对于那些意志坚强的人，即使你在动员时把困难如实摆出来，他也会听从你的动员而热心参加。

个性影响着受传者对信息的选择和采纳。

个性，按普通心理学的说法，其内容包括个性心理倾向和个性心理特征。个性心理倾向包括动机、需要、信念、理想、世界观，个性心理特征主要指气质、性格、能力。这是就个性的内容而说的，但不要误认为人的共性就没有这些内容。人人都有需要、动机、信念、理想、世界观，都有气质、性格和能力，只是，不同的人需要在需要、动机、信念、理想、世界观、气质、性格和能力上有所

不同。某一个人的个性就是指在这些内容上或在这些内容的某一项（如性格）同其他人比较起来有所不同。共性就是普遍性，它是对所有个性中的共同点的概括和抽象，因此共性本来就是寓于所有个性之中；个性是与同类事物比较所突显的不同之处，是相对的，是特殊性。从这一观点看，我们在这里谈受传者的个性心理对选择、采纳信息的影响，究其内容讲也和前面是一样的，如前面谈到的把关标准“自尊”是人的心理需要之一；“意向”包含了人的动机、信念、理想、世界观；“利害”含有人的心理需要中的“生理需要”、“安全需要”。。。。。等等。但就其不同于一般反应的特殊表现看却是前面没有的。例如，前面在谈到“利害”时说，人们面对有关自己灾祸的信息就特别是注意、采纳。这是一般，是共性。也有面对有关自己灾祸的信息不愿听的，这就是不同于一般的个性。如：

楚考烈王无子，春申君患之，求妇人宜子者进之，甚众，卒无子。赵人李园，持其女弟，欲进之楚王，闻其不宜子，恐又无宠。李园求事春申君为舍人。已而谒归，故失期。还谒，春申君问状，对曰：“齐王遣使求臣女弟，与其使者饮，故失期”春申君曰：“聘人乎？”对曰：“未也。”春申君曰：“可得见乎？”曰：“可。”于是园乃进其女弟，即幸于春申君。知其有身，园乃与其女弟谋。

园女弟承间说春申君曰：“楚王之贵幸君，虽兄弟不如。今君相楚二十余年，而王无子，即百岁后将更立兄弟。即楚王更立，彼亦各贵其故所亲，君又安得长有宠乎？非徒然也，君用事久，多失礼于王兄弟，兄弟诚立，祸且及身，奈何以保相印、江东之封乎？今妾自知有身矣，而人莫知。妾之幸君未久，诚以君之重而进妾于楚王，王必幸妾。妾赖天而有男，则是君之子为王也，楚国封地尽可得，孰与其临不测之罪乎？”春申君大然之，乃出园女弟谨舍，而言之楚王。楚王召人，幸之，遂生子男，立为太子，以李园女弟立为王后。楚王贵李园，李园用事。

李园既入其女弟为王后，子为太子，恐春申君语泄而益骄，阴养死士，欲杀春申君以灭口，而国人颇有知之者。春申君相楚二十五年，考烈王病。朱英谓春申君曰：“世有无妄之福，又有无妄之祸。今君处无妄之世，以事无妄之主，安不有无妄之人乎？”春申君曰：“何谓无妄之福？”曰：“君相楚二十余年矣。虽名为相国，实楚王也。五子皆相诸侯。今王疾甚，旦暮且崩，太子衰弱，疾而不起，而君相少主，因而代立当国，如伊尹、周公。王长而反政，不，即遂南面称孤，因而有楚国。此所谓无妄之福也。”春申君曰：“何谓无妄之祸？”曰：“李园不治国，王之舅也。不为兵将，而阴养死士之日久矣。楚王崩，李园必先入，据本议制断君命，秉权而杀君以灭口。此所谓无妄之祸也”春申君曰：“何谓无妄之人？”曰：“君先仕臣为郎中，君王崩，李园先人，臣请为君刺其胸杀够之。此所谓无妄之人也。”春申君曰：“先生置之，勿复言已。李园，软弱人也，仆又善之，又何至此？”朱英恐，乃亡去。

后十七日，楚考烈王崩，李园果先人，置死士止于棘门之内。春申君后入，止棘门。园死士夹刺春申君，斩其头，投之棘门外。于是使吏尽灭春申君之家。而李园女弟，初幸春申君有身，而入之王所生子者，遂立为楚幽王也。（《战国策·楚策四》）

这个春申君听不进行将有杀身之祸的忠告，这是他善良个性所使然。正因为他太善良了，他无论如何也不会相信李园是那么卑鄙、恶劣、狠毒：一听说楚王没有子嗣便把自己的妹妹献给楚王，又怕楚王没有生育能力又改献春申君，得知妹妹有了身孕，又说服春申君转献给楚王。妹妹生了一个男孩，并立为太子，不仅妹妹做了皇后，自己也入朝当权。为准备一旦楚王病故，便杀春申君灭口以独览宫中大权，他暗中豢养亡命之徒。当朱英把李园杀他以灭口的阴谋讲给他听时，善良的春申君听不进去，叫他不要再说下去了：“我待他不错，他又何至于此呢？”结果，不仅真被李园所豢养的亡命徒所杀害，而且家人全被斩尽杀绝。

普通人在一般情况下遇到有关自己行将面临别人陷害的灾祸的信息，就会特别关注、听信，但对于特别善良者来说就可能听不进也不相信。同样，普通人在一般情况下，遇到有关自己行将获利的信息，就会特别关注、高兴、听信，可是，对于不贪财不贪利以清廉自许的人来说就不愿意听，不屑于听。普通人在一般情况下，受到别人称赞、表扬会很高兴，可是，也有一种脾气特别古怪的人却会产生反感：“少来这套，肉麻得很！”普通人在一般情况下，当亲戚或同事约他外出旅游，他会高高兴兴，可是，也有特别孤僻的人，即使有钱，一听外出旅游的邀约便马着脸：“不去，烦死人！”在这种人中我还见过连电视也不看，不与人交谈，整天闷坐的怪人。总之，人类心理除了有普通的活动规律，有共性外，在心理的个性特征上就显出千奇百怪，不同的人的气质、性格、能力，在智商与文化水平上，在需要、动机、信念、理想、世界观、人生观、道德观、价值观上，都显示出个人之间的差异。面对个人之间的心理差异，如果传播者机械地照搬适用于人类心理共性的一些传播方式方法，就会碰壁。如果说马克思主义活的灵魂就是具体情况具体分析的话，那么，在人际传播中，面对不同的个体受传者也应具体情况具体分析，根据不同的个体受传者采用不同的传播方式方法。在这方面，先秦诸子已有所论述。例如《鬼谷子》就告诉我们：

“与智者言，依于博；与博者言，依于辩；与辩者言，依于要；与贵者言，依于势；与富者言，依于高；与贫者言，依于利；与贱者言，依于谦；与勇者言，依于敢；与过者言，依于锐。”



(《鬼谷子·权篇》)这就是说,当受传者是一个聪明的人,传播者对他讲话时就要显得知识渊博,受传者才愿意听;当受传者是一个知识渊博的人,传播者对他讲话时就要显得能言善辩,受传者才愿意听;当受传者是一个能言善辩的人,传播者对他说话就要精炼,抓住传播内容的要领,受传播者才愿意听;当受传者是一个身份高贵的人,传播者对他讲话时就要有宏大的气势,受传者才会注意听;当受传者是一个很富有的人,传播者对他讲话时就要有高屋建瓴的气势,受传播者才会听;当受传者是一个贫穷的人,传播者对他讲话时要诱以实际利益,受传者才会注意听;当受传者是一个地位低下的人,传播者对他讲话时态度应该谦虚,受传者才会听;当受传播者是一个勇猛的人,传播者对他讲话时要显示出果敢决断,受传者才会听;当受传者是一个进取向上的人(这里按《鬼谷子》的《四部丛刊》本秦恩复校注:“过,当作进”解释),传播者对他讲话时要有势如破竹,锐不可挡的气势,受传者才会听。

在《鬼谷子》的《谋篇》里还有类似的论述:“仁人轻货,不可诱以利,可使出费;勇士轻难,不可惧以患,可使拒危;智者达于数,明于理,不可欺以诚,可示以道理,可使立功。”这段话启发我们传播者,当受传者是一位仁人志士,他轻视财物而重仁义,就不能用物质利益的传播内容去引诱他,相反,如果是有关请求他赞助社会公益之类的传播内容,他更会乐于接受;当受传者是一位勇士,他藐视困难,就不能用行将发生灾祸的传播内容去恐吓他,相反,如果是有关请他帮助甚至带领人们去抵御灾祸的传播内容,他更乐于接受;当受传者是一位聪明的人,他通情达理,因此,就不能用假装诚信的传播内容去欺骗他,因为聪明的人一眼就会看穿欺骗的把戏,欺骗不但不起作用反而引起他的反感,如果是真诚地直率地语言请他做什么样事的传播内容,那么,他可能不仅乐于接受这一传播,而且还会竭尽全力去办好这件事。

除了《鬼谷子》外,还有其它先秦诸子的著作也论述到这个问题。例如《孟子·尽心下》所谓“说大人则邈之,勿视其巍巍然”就有《鬼谷子》的“与贵者言,依于势”之意。鉴于先秦诸子在论述这一问题时的观点大同小异,就不再此赘引了。总之,他们在这个问题上的中心论点就是,针对不同的受传者的个性特点,要采取不同的传播方式方法。

[回首页](#)

来源: 传播学论坛  
阅读: 1634 次  
日期: 2005-08-01

[【 双击滚屏 】](#) [【 评论 】](#) [【 收藏 】](#) [【 打印 】](#) [【 关闭 】](#) [【 字体: 大 中 小 】](#)

上一篇: “放大镜”下的中国——析近期西方媒体的“中国热”报道

下一篇: 林之达:《传播心理学新探》第七章(二)

>> 相关文章

- 刘建明: 向学术原创领域挺进
- 黄旦: 有真意 去粉饰 勿卖弄
- “媒介帝国主义”和“数字鸿沟”——概念内涵及其时代意义的分析比较
- 媒介地理学: 行走和耕耘在媒介与地理之间
- 中国传播产业与入世: 一种跨文化政治经济学视角
- 司法与媒体的复杂关系与简单关系
- 《中国传媒报告》2005年第3期目录
- 工具理性和价值理性的冲突——近代中国自由主义新闻思想的悖论

发表评论



- 尊重网上道德, 遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

点 评:  字数0

用户名:  密码:

